

KOMODIFIKASI ANAK MUDA DALAM DEVELOPMENT BASKETBALL LEAGUE DI HALAMAN DETEKSI SURAT KABAR JAWA POS

COMMODIFICATION OF YOUTH IN THE DEVELOPMENT BASKETBALL LEAGUE ON HALAMAN DETEKSI JAWA POS NEWSPAPER

Hadi Sampurna

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Jember

Pos-el: hsampurna@yahoo.com

Abstrak

Surat kabar merupakan institusi penyedia informasi yang berperan penting dalam pembangunan struktur pemerintahan, politik, hukum, ekonomi, pendidikan, dan budaya. Ia melakukan tindakan komodifikasi guna menjaga eksistensi serta memaksimalkan keuntungan usaha. Penelitian dalam kajian bingkai budaya dan media ini menggunakan teori komodifikasi serta menerapkan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Hasil penelitian menemukan bahwa *Jawa Pos* melakukan proses komodifikasi anak muda dalam usaha surat kabar. Hal ini dilakukan anak muda berpotensi besar bagi perkembangan usahanya. Komodifikasi tersebut dilakukan melalui halaman Deteksi yang salah satu programnya kompetisi *Development Basketball League*. *Jawa Pos* melakukan proses hegemoni terhadap anak muda secara halus dengan memperkenalkan, membentuk, dan menanamkan wacana yang memikat dan mendorong partisipasi mereka. Hal itu meningkatkan citra dan oplah *Jawa Pos* yang memperbesar keuntungan secara finansial.

Kata kunci: anak muda, komodifikasi, modern, amerikanisasi

Abstract

The newspaper is as an institution which plays an important information provider in the construction of the structure of government, politics, law, economics, education, and culture. It serves commodification measures to safeguard the existence and to maximize profits. The research in the study of culture and media frames uses commodification theory and applies critical discourse analysis of Norman Fairclough. The study found that *Jawa Pos* has done process of commodification of young people in the newspaper business. This is done to young children who have great potentials for business development. The commodification was carried out through page "Detection" which has as one of its programs, Development Basketball League competition. *Jawa Pos* run a process of hegemony on younger children softly by introducing, shaping, and instilling a compelling discourse and encouraging their participation. It increases the image and circulation of *Jawa Pos* which maximize its financial benefit.

Keywords: young people, commodification, modern, Americanized

A. Pendahuluan

Media massa terus berkembang dari segi jumlah dan penggunaannya, seiring dengan semakin besarnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi. Informasi telah menjadi produk industri tersendiri yang bernilai ekonomi tinggi. Bagi pelaku bisnis media, informasi dikemas dengan tujuan mendapat keuntungan finansial.

Ade Armando dalam kata pengantar buku *Matinya Media* (Schecher, 2007) mengatakan bahwa bagi media komersial yang beroperasi dalam sistem kapitalistik, informasi adalah komoditas yang harus dikemas, didistribusikan, dan dijual dalam beragam cara dan konteks yang menjamin kelanggengan sistem ekonomi yang memungkinkan segenap kepentingan dalam jaringan yang melekat pada media dapat memaksimalkan keuntungan. Dengan demikian, media cetak, salah satunya surat kabar, harus memiliki inovasi dan terobosan yang baru agar eksistensinya tetap terjaga dan jika memungkinkan semakin tumbuh besar.

Salah satu surat kabar yang mampu menjaga eksistensi dan semakin terus berkembang adalah surat kabar *Jawa Pos*. Langkah yang dilakukan oleh surat kabar *Jawa Pos* hingga bisa membuatnya menjadi besar seperti saat ini, adalah dengan mengomodifikasi anak muda melalui penyebaran informasi, berita, dan hiburan kepada pembacanya, khususnya kalangan anak muda.

Komodifikasi merupakan konsep yang lahir dari konsep politik ekonomi yang diutarakan oleh Mosco (2009) yang menjelaskan bahwa komodifikasi sebagai proses perubahan nilai suatu benda sehingga menjadi lebih bernilai pada saat dipertukarkan. Dengan kata lain, komodifikasi menurut Mosco merupakan sebuah proses transformasi hal yang bernilai untuk dijadikan produk yang dapat dijual. Komodifikasi mendeskripsikan cara kapitalisme melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Komoditas dan komodifikasi adalah dua

hal yang memiliki hubungan objek dan proses, dan menjadi salah satu indikator kapitalisme global yang kini tengah terjadi. Dalam ekonomi politik media komodifikasi adalah salah satu bentuk penguasaan media selain strukturasi dan spasialisasi (Mosco, 2009:127).

Dalam perspektif teori komodifikasi, hubungan media dengan khalayak berada dalam tataran kepentingan ekonomi dan komoditas. Riset yang dilakukan oleh Smythe (1977) menegaskan bagaimana khalayak dalam industri televisi dimanfaatkan tidak hanya oleh produsen televisi, tetapi juga oleh perusahaan pengiklan. Kemudian tesis Smythe tersebut dikembangkan oleh Mosco (2009) yang menjelaskan pemanfaatan yang dilakukan industri media, yakni komodifikasi isi, komodifikasi khalayak selaku konsumen, dan komodifikasi pekerja.

Pertama, komodifikasi isi (*content*) menjelaskan bagaimana konten atau isi media yang diproduksi merupakan komoditas yang ditawarkan. Proses komodifikasi ini berawal dengan mengubah data-data menjadi sistem makna oleh pelaku media dan menjadi sebuah produk yang akan dijual kepada konsumen, khalayak maupun perusahaan pengiklan.

Kedua, komodifikasi khalayak selaku konsumen. Dengan memakai wacana yang dipopulerkan oleh Smythe (1977) dalam *the audience commodity*, komodifikasi khalayak ini menjelaskan bagaimana sebenarnya khalayak tidak secara bebas hanya sebagai penikmat dan konsumen dari budaya yang didistribusi melalui media. Khalayak pada dasarnya merupakan entitas komoditi itu sendiri yang bisa dijual kepada pihak tertentu, misalnya pengiklan atau sponsor kegiatan.

Ketiga, komodifikasi pekerja (*labour*). Perusahaan media massa pada kenyataannya tidak berbeda dengan pabrik-pabrik. Para pekerja tidak hanya memproduksi konten dan mendapatkan penghargaan terhadap upaya menyenangkan khalayak melalui konten tersebut, melainkan juga menciptakan khalayak sebagai pekerja yang

terlibat dalam mendistribusikan konten sebagai sebuah komoditas (Mosco, 2009:158).

Jawa Pos membuat halaman Deteksi yang dikhususkan untuk menyajikan berita dan informasi bagi kalangan anak muda. Halaman Deteksi dimaksudkan untuk menjadikan *Jawa Pos* lebih diterima oleh anak muda. Mulai tanggal 26 Februari 2000 halaman Deteksi mulai terbit setiap hari sebagai bagian dari surat kabar *Jawa Pos*. Halaman ini merupakan halaman koran khusus anak muda yang pertama di Indonesia, dikerjakan sepenuhnya oleh anak muda (<http://www.dblindonesia.com>). Halaman Deteksi ini berisikan tentang tentang kegiatan dan segala sesuatu tentang anak muda.

Dipilihnya segmen anak muda tampak dari pilihan halaman deteksi memuat berita informasi dan hiburan dan gaya hidup seperti film, musik, hobi, dan olah raga. Yang membuat Deteksi semakin berkembang adalah Deteksi tidak hanya menyajikan berita informasi dan hiburan, tetapi juga mengadakan even-even yang melibatkan anak muda, di antaranya dan yang terbesar adalah pertandingan basket antarsekolah yang dikemas dalam *Development Basketball League* (DBL). DBL dimulai di Surabaya pada 2004. Liga ini sebagai liga SMA yang sederhana, tetapi diselenggarakan dengan cara yang benar (<http://www.dblindonesia.com>). Cara yang benar yang dimaksudkan dalam DBL ini adalah di dalam tim basket tidak boleh ada pemain profesional atau semipro, tidak boleh ada sponsor rokok, alkohol, dan minuman berenergi. Pemain harus student athlete. Performa mereka di ruang kelas sama pentingnya atau bahkan lebih penting dari performa mereka di lapangan basket. Para anak muda itu tidak sekedar bermain basket tetapi tugas utama mereka sebagai pelajar tetap merupakan kewajiban yang harus dipenuhi dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian tidak ada pelajar yang gagal dalam pendidikan dikarenakan aktivitas mereka dalam olahraga basket.

Hingga sekarang, kompetisi DBL di regional Jawa Timur terus berlangsung dan selalu

mendapatkan liputan dari *Jawa Pos*. Informasi tentang even yang menarik banyak anak muda ini oleh *Jawa Pos* ditempatkan dalam halaman Deteksi sebagai bagian surat kabar *Jawa Pos*. Tanpa disadari, para anak muda yang tertarik tersebut mengonsumsi surat kabar *Jawa Pos* untuk mengetahui segala informasi tersebut. Hal ini tentu mendorong peningkatan oplah surat kabar *Jawa Pos*.

Peran *Jawa Pos* melalui halaman Deteksinya memperlihatkan *Jawa Pos* secara konstruktif telah membangun realitas sosial, pada sisi lain *Jawa Pos* juga menjadikan anak muda melalui kompetisi basket sebagai komoditas yang ditawarkan kepada pembaca *Jawa Pos*. Komodifikasi adalah sebuah bentuk komersialisasi nilai buatan manusia. Isi Deteksi dapat dibuat sedemikian rupa sehingga mampu menarik perhatian, terutama anak muda, untuk mengonsumsinya.

B. Metode

Jenis penelitian ini adalah kualitatif interpretatif. Seperti yang dinyatakan oleh Nyoman Kutha Ratna (2010) bahwa dengan melihat pesatnya perkembangan ilmu sosial khususnya perhatiannya ke arah penelitian teks, metode yang dianggap tepat bukan semata-mata kualitatif melainkan kualitatif interpretatif. Kualitatif adalah metode dengan intensitas kualitas, nilai-nilai. Penelitian kualitatif memang sudah dimulai sejak pengumpulan data karena dalam hal ini peneliti sudah melakukan evaluasi terhadap berbagai sarana yang digunakan. Data dalam penelitian ini diambil dari teks-teks yang terkait dengan objek penelitian baik yang berasal dari media elektronik ataupun cetak.

Objek yang diteliti yaitu pemberitaan tentang Kompetisi *Development Basketball League* (DBL) musim kompetisi tahun 2013 di halaman Deteksi surat kabar *Jawa Pos*. Dari data yang diperoleh, halaman Deteksi mulai menyajikan pemberitaan tersebut tanggal 5 April 2013 sampai dengan 16 Juni 2013. Dari tanggal-tanggal tersebut kemudian diambil tanggal-tanggal yang memuat

pemberitaan kompetisi *Development Basketball League* yang sesuai dengan kajian ini.

Data dibatasi sesuai dengan fokus kajian, yaitu data diambil dari teks-teks berita tentang kompetisi basket dalam DBL di halaman Deteksi. Studi kepustakaan dibutuhkan untuk menggali data tentang ideologi, teks, konteks, dan historis terkait dengan surat kabar *Jawa Pos* khususnya halaman Deteksi. Dengan menggunakan *Critical Discourse Analysis* khususnya yang digagas oleh Norman Fairclough penelitian ini diharapkan mampu mengupas secara detil bagaimana komodifikasi anak muda dilakukan oleh *Jawa Pos* dalam bisnis media cetak. Norman Fairclough membagi analisis wacananya dalam tiga tahap: teks, praktik kewacanaan, praktik sosial (Jorgensen, 2010).

Pada tahap analisis teks, elemen-elemen yang ada menjadi unit yang dianalisis. Praktik kewacanaan merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Dimensi praktik sosial adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks diluar teks, di sini memasukan banyak hal seperti konteks situasi, lebih luas adalah konteks dari praktik institusi dari media sendiri dalam hubungan dengan masyarakat atau budaya dan politik tertentu (Eryanto, 2009).

C. Pembahasan

Subbab pembahasan ini menyajikan tiga persoalan yang berkaitan dengan studi wacana. Ketiga persoalan yang dimaksud adalah teks, praktik kewacanaan, dan praktik sosial, seperti tampak pada uraian berikut.

1. Teks

Dalam analisis teks, Fairclough melihat dari wilayah linguistik dengan melihat kosakata, maupun kalimat serta koherensinya. Elemen-elemen tersebut digunakan untuk melihat tiga hal yaitu ideasional, relasional, dan identitas.

a. Ideasional

Dalam hubungannya dengan kajian ini, teks terwujud dalam pemberitaan di halaman Deteksi. Berita-berita di halaman Deteksi merupakan produk yang dihasilkan oleh wartawan Deteksi yang umumnya merupakan anak muda. Para wartawan yang masih muda itu meliput peristiwa yang seluruh peristiwa tersebut berkaitan dengan anak muda.

Pilihan kata yang ditulis menjadi *headline*, kutipan sumber berita ataupun grafis berita memunculkan wacana tentang anak muda. *Headline* berita selalu menggunakan kata-kata pendek, aktif, hidup, dan cenderung provokatif, seperti: "Duo Sidoarjo Tebar Ancaman" (*Jawa Pos*, Jumat, 10 Mei 2013), "Adu Cerdik di Arena Kecil" (*Jawa Pos*, minggu 12 Mei 2013), "Sixteen Kalah Tipis Lagi" (*Jawa Pos*, Sabtu 18 Mei 2013), "Langkah Mantap Newcomer" (*Jawa Pos*, Selasa, 14 Mei 2013). Hal ini dikarenakan masa muda adalah masa perubahan emosi. Anak muda cenderung menjadi reaktif bila ada hal-hal yang dapat memprovokasi mereka.

Wacana yang terbentuk selama proses produksi tidak hanya diwujudkan berupa kata-kata, tetapi juga tampak dari pilihan grafis atau gambar yang ditayangkan. Dewan redaksi dan wartawan selalu memilih gambar-gambar yang memperlihatkan adanya semangat, optimisme, harapan, kerjasama, perjuangan, kegembiraan, keberanian, dan kekompakan.



(*Jawa Pos*, Kamis, 9 Mei 2013:24)



(*Jawa Pos*, Jumat 10 Mei 2013:36)

Sifat-sifat positif selalu menjadi perbincangan dan selalu menjadi pilihan berita yang dimuat di halaman Deteksi. Anak muda yang terlibat dalam kegiatan DBL, baik sebagai suporter, teman, dan terutama sebagai pemain tentu menyukai wacana berita yang mengangkat hal-hal positif dari kehidupan yang dialami oleh anak-anak muda karena pada kenyataannya, mereka juga selalu berusaha bersikap positif. Selama menjalani latihan di sekolah, suporter, penari tim, dan terutama pemain sudah dikondisikan untuk disiplin berlatih, tertib, berlatih keras, bersemangat, membangun kekompakan dan kerjasama tim serta sportif. Mengikuti pendapat Baran dan Davis (2010), Deteksi di sini dengan sengaja memilih aspek-aspek budaya yang positif dalam diri anak muda dan mengemasnya sedemikian rupa agar lebih menonjol. Berbagai sifat positif tersebut menjadikan para anak muda untuk lebih tertarik pada berita-berita tersebut.

Meski ini yang pertama, mereka mengikuti kompetisi Honda DBL, tim Vocsten mengaku sangat siap untuk menjalani seluruh laga di Honda DBL. Kami sudah berlatih ekstra, kami optimis dapat bermain baik nanti walaupun seluruh personel baru kali ini pertama ikut DBL (*Jawa Pos*, Minggu, 12 Mei 2013:28). Berita dipastikan mengandung unsur *proximity* (Assegaf, 1991) atau kedekatan emosional, sosial ataupun kultural dengan pembacanya. Sebagai contoh, berita tentang tim basket dari SMA Cita Hati Surabaya tentu lebih menarik bagi siswa-

siswa SMA Cita Hati, guru-gurunya, alumninya ataupun keluarga siswa SMA Cita Hati itu sendiri (*Jawa Pos*, Senin, 20 Mei 2013:36).

b. Relasional

Pada bagian ini ditampilkan tentang relasi diantara para partisipan yang terdapat di dalam teks. Pada aspek ini terjadi hubungan kekuasaan dimana ada partisipan yang lebih dominan daripada partisipan lain.

Relasi yang pertama adalah relasi *Jawa Pos* dengan anak muda. *Jawa Pos* menyediakan sarana bagi anak muda untuk menyalurkan bakatnya dalam olahraga basket. Sarana yang disediakan ini sebenarnya bukanlah sarana yang bebas dari kepentingan. Ini merupakan cara yang dilakukan oleh *Jawa Pos* untuk menghegemoni anak muda. Di sini, anak-anak muda itu tidak serta merta dapat langsung bergabung dalam DBL yang diadakan oleh *Jawa Pos* itu. Mereka harus memenuhi persyaratan yang diajukan oleh *Jawa Pos* yaitu mereka haruslah *student athlete*, seperti yang disampaikan oleh Azrul Ananda, direktur utama PT. *Jawa Pos*, dalam suatu wawancara berikut.

Mengapa meledak? Mungkin karena konsepnya disukai ya. Kami menerapkan konsep *student athlete*, kalau tidak naik kelas, tidak boleh ikut. Sekolah dan orang tua suka itu. Lalu kami juga ketat menerapkan aturan-aturan di lapangan, jadi pemain dan penonton merasa lebih spesial. Juga tidak menerima sponsor rokok, minuman berenergi dan minuman beralkohol. Kami konsekuen hingga sekarang.¹

Konsep *student athlete* dimana performa mereka di ruang kelas sama pentingnya atau bahkan lebih penting dari performa mereka di lapangan basket (<http://www.dblindonesia.com>) merupakan faktor pendorong yang besar bagi perkembangan DBL. Para anak muda itu tidak akan sekedar bermain basket saja tetapi tugas utama mereka sebagai pelajar tetap merupakan kewajiban yang harus dipenuhi

1 <http://www.dcradio.undip.ac.id/2011/04/26/dahlan-iskan-dan-azrul-ananda-keteladanan-yang-mengalir-sampai-jauh>.

dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian tidak ada pelajar yang gagal dalam pendidikannya dikarenakan aktivitas mereka dalam olahraga basket. Sehingga keikutsertaan mereka dalam liga basket ini mendapat *support* penuh dari sekolah dan keluarga mereka.

Relasi berikutnya adalah relasi anak muda dengan korporasi. Anak muda di sini adalah bukanlah hanya para pelajar yang berpartisipasi dalam DBL tetapi juga para penonton yang hadir dalam pertandingan DBL. Partisipasi mereka dalam DBL tentu bukan hanya karena mereka ingin berolahraga basket atau menonton pertandingan basket tetapi lebih dari itu. Para korporasi menawarkan sesuatu yang lebih yang membuat mereka lebih aktif berpartisipasi dalam DBL. Anak muda sebagai kelompok yang terhegemoni tanpa paksa mengikuti apa yang ditawarkan oleh pihak korporasi. Apalagi ditambah dengan adanya hadiah yang diberikan, mereka menyambut dengan antusias kegiatan yang diadakan oleh pihak korporasi.

Relasi yang ketiga adalah relasi antara *Jawa Pos* dengan korporasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa korporasi adalah faktor yang penting untuk mendukung suatu *event*. Korporasi memang dapat diabaikan apabila penyelenggara suatu *event* dapat mencukupi sendiri dana yang dibutuhkannya tetapi hal ini jarang sekali terjadi karena penyelenggara *event* biasanya berkeinginan mengadakan *event* tersebut semaksimal mungkin yang tentunya membutuhkan dukungan dana yang besar. Selain itu, penyelenggara *event* biasanya juga berkeinginan mendapatkan keuntungan bagi dirinya. Keuntungan itu bias berupa keuntungan materi atau nonmateri.

Demikian juga dengan penyelenggaraan DBL, Azrul Ananda menyatakan bahwa liga ini pada awalnya dimulai dengan dana yang kecil sekali. Hanya Rp. 40 juta modal awal yang kami miliki untuk memulai liga SMA kala itu. Cuma ada satu sponsor. Berapa nilai sekarang? He he he (*Jawa Pos*, Senin, 29 April 2013:31).

Pada saat awal DBL dirintis tentu tidak banyak pihak yang yakin dengan kesuksesan pelaksanaan event ini. Tetapi dengan seiringnya waktu, DBL semakin berkembang pesat dan perkembangan ini menarik banyak korporasi untuk berpartisipasi di dalamnya. korporasi besar diantaranya yaitu PT. Astra Honda Motor, PT. Kao, produsen Biore dan Laurier, PT. Ultrajaya Milk Industry, produsen Susu Ultra Milk, PT. Campina Ice Cream, PT. Inkor Bola Pasific, produsen bola Basket Proteam, PT. Telkomsel, serta PT. Berca Sportindo, produsen Sepatu League.

c. Identitas

Seperti dinyatakan sebelumnya, pada aspek identitas ini ditampilkan bagaimana peran para penulis dalam teks serta keterlibatan mereka dalam teks. Salah satunya adalah penampilan Azrul Ananda pada surat kabar *Jawa Pos*, Senin 29 April 2013 hal.32. Azrul Ananda sebagai pemimpin harian *Jawa Pos* tampil dengan gaya muda. Potongan rambut, cara berpakaian, cara memegang bola mengesankan dirinya sebagai generasi muda. Sebagai komisioner DBL, dirinya terlibat aktif di lapangan. Di sini Azrul menunjukkan keterlibatannya secara terus menerus dalam DBL. Dirinya bukanlah pihak yang berdiri diluar DBL tetapi selain mewakili *Jawa Pos*, juga menempatkan dirinya sebagai bagian dari anak muda.

2. Praktik kewacanaan

Jawa Pos menyusung aspek wacana tertentu yang digunakan sebagai cara untuk menghegemoni anak muda yaitu wacana modern dan Amerikanisasi. Wacana tersebut tentu wacana yang mampu memikat anak muda. Dengan demikian diharapkan timbul penerimaan dan partisipasi anak muda secara sukarela.

a. Wacana Modern

Kehidupan modern secara awam ditandai dengan adanya kemajuan teknologi informasi, media massa, dan gaya hidup masyarakat

modern serta nilai-nilai yang serba lebih baik dan berasal dari masyarakat maju. Kehidupan modern mencitrakan diri sebagai serba lebih baik seperti tampak dalam konsep kerja keras, disiplin, kompak, percaya diri, evaluasi, sportivitas, demokratis, dan kerjasama. Meskipun dalam masyarakat tradisional juga memiliki nilai-nilai tersebut, tetapi karena tidak menggunakan simbol-simbol yang sama dengan yang digunakan masyarakat modern, maka masyarakat tradisional tetap dipandang kurang beradab daripada masyarakat modern.

Kata Modern, berasal dari bahasa Latin *moderna* yang berarti masa kini, terbaru atau mutakhir. Modern juga bisa berarti sikap atau cara berpikir serta cara bertindak sesuai dengan tuntutan zaman. Wacana modern dalam bersikap dan berpikir banyak ditemukan dalam teks-teks pemberitaan basket di *Jawa Pos*, bahkan ditegaskan dengan menggunakan istilah-istilah dari negara maju, seperti memilih *aware*, *power*, *teamwork*, *spirit*, *trusting each other*, *fair play*.

Masyarakat modern juga ditandai dengan pilihan aktivitas, di antaranya adalah aktivitas olah raga basket. Seperti diketahui olahraga basket adalah olahraga yang bermula di Negara Amerika Serikat. Amerika Serikat adalah negara adidaya yang jelas-jelas sudah mapan dalam banyak hal. Kondisi ini membuat Amerika Serikat menjadi model bagi negara-negara lain terutama negara-negara berkembang. Hal ini juga terjadi dalam olah raga basket. Kompetisi basket yang sudah berjalan dengan mapan di Amerika Serikat yang terwujud dalam NBA ditiru oleh *Jawa Pos* dan diwujudkan dalam bentuk DBL. Kondisi yang hampir sama ini mendorong anak-anak muda untuk berpartisipasi dalam DBL yang diadakan oleh *Jawa Pos*.

Kesan modern semakin besar dengan datangnya beberapa pemain NBA pada liga yang diadakan oleh *Jawa Pos*. Pemain NBA pertama yang datang adalah Danny Granger

dari klub Indiana Pacers pada DBL tahun 2008. Pemain yang lain adalah Kevin Martin dari klub Sacramento Kings dalam acara Indonesia Development Camp 2009 yang diadakan oleh *Jawa Pos*. Kompetisi yang hampir sama serta datangnya beberapa pemain NBA merupakan hal yang semakin menimbulkan rasa modern dalam DBL. Hal ini menjadi daya tarik bagi anak-anak muda dari berbagai sekolah menengah di Indonesia untuk bergabung dalam kompetisi ini.

Kemodernan juga tampak dari dorongan untuk berprestasi. Orang-orang yang memiliki dorongan berprestasi yang tinggi adalah orang modern. Pengakuan atas prestasi juga lebih mudah diberikan dalam masyarakat yang modern. Dalam masyarakat tradisional, prestasi kurang begitu penting karena yang lebih diakui adalah garis keturunan dan status sosial. Sekalipun tidak berprestasi, karena anak seorang sultan, maka masyarakat tetap memberikan apresiasi tinggi pada anak sultan tersebut.

Pengakuan atas prestasi dengan mudah dilakukan oleh masyarakat modern dengan mengangkat orang yang berprestasi dan karyanya sebagai berita, dipublikasikan secara luas lengkap dengan puji-pujian. Pengakuan ini juga memungkinkan datangnya reward bagi orang yang bersangkutan. Bagi pemain basket profesional, hal ini tampak dengan tampilnya Kobe Bryant, salah satu bintang NBA dalam iklan Lenovo. Prestasi yang dicapai oleh Kobe Bryant in tentu memicu anak-anak muda untuk meraih prestasi seperti dirinya.²

Kompetisi Basket akhirnya menjadi sarana dalam masyarakat modern untuk menunjukkan prestasinya, kemudian diberitakan. Orang menjadi terkenal karena basket. Gambar-gambar pemain basket yang berprestasi ditonjolkan sehingga menjadikannya pemain bersangkutan bangga dan lebih berarti. Akhirnya tawaran tentang pengakuan atas prestasi serta popularitas di media massa menjadi obsesi banyak anak muda. Sekarang, hal ini juga tampak dari

2 <http://search.yahoo.com/search?p=iklan+lenovo+kobe+bryant&ei=UTF>.

banyaknya anak muda yang ingin tampil di media dan mengikuti berbagai audisi selebritas.

Keinginan untuk menjadi modern juga ditunjukkan dengan pilihannya pada berbagai hal yang modern, termasuk permainan yang modern, sebaliknya, permainan yang dianggap kuno atau tradisional ditinggalkan. Terbukti, semakin modern kultur masyarakat Indonesia, semakin hilang pula permainan-permainan tradisional dari aktivitas sehari-hari anak-anak sekarang. Hilangnya permainan tradisional di satu sisi adalah karena pilihan masyarakat yang telah berganti kepada permainan yang baru yang dipandang menunjukkan sebagai suatu aktivitas masyarakat yang lebih modern. Pada sisi lain, terjadi dominasi tawaran budaya Barat yang dipandang lebih maju dan modern. Permainan basket dapat diposisikan sebagai salah satu bentuk permainan yang dengan sengaja diposisikan sebagai lebih modern. Individu-individu yang sedang mencari identitas diri seperti para anak muda dapat dipastikan lebih mudah untuk menerima sesuatu yang dipandang baru dan modern daripada yang tradisional.

Budaya modern identikkan dengan dunia Barat, dunia di mana modernisasi dimulai dan mendominasi hingga sekarang. Ketika modernisasi diupayakan di tengah masyarakat atau bangsa, sisi lain yang dipandang menjadi penghambat adalah budaya tradisional yang lebih dahulu ada di masyarakat. Kondisi ini memunculkan kontradiksi dan perang dominasi antara modernitas dan tradisional. Budaya tradisional dipandang menghambat kemajuan. Dalam konteks ini, posisi *Jawa Pos* merupakan media yang menyebarkan hegemoni modern melalui kegiatan kompetisi Basket dalam DBL. Patria (2003) menjelaskan bahwa hegemoni dunia dimulai dari luar yang masuk ke dalam suatu negara melalui kelas sosial yang dominan. Sebagai raksasa media, *Jawa Pos* merupakan kelas sosial yang mendominasi. Kelas dominan inilah yang memainkan peran perubahan yang menguntungkan dan memperkuat dominasi

kekuatan hegemoni dunia. Dalam hal ini, terjadi pertarungan dominasi.



(*Jawa Pos*, Jumat 7 juni 2013, hal.36)

Pada pertarungan dominasi ini, akhirnya budaya tradisional terpinggirkan. O'Connor (2007) menjelaskan budaya luar ditampilkan sebagai budaya populer di media massa, sedangkan budaya lokal justru ditampilkan sebagai sub budaya atau hanya alternatif budaya yang kadang tampil hanya sebagai pelengkap. Contoh kasus dalam hal ini yaitu ditampilkannya tarian asli Ponorogo dalam even kompetisi DBL sebagai selingan saja.

b. Wacana Amerikanisasi

Amerikanisasi merupakan istilah yang mengacu pada pengaruh yang dimiliki Amerika Serikat terhadap negara lain. Amerikanisasi ini mengakibatkan banyak hal yang diimpor dan ditiru dari Amerika Serikat. Hal-hal yang diambil tidak hanya mesin-mesin dan alat-alat yang digunakan untuk pembangunan dan kegiatan fisik saja tetapi juga meliputi hal-hal lain yang berbau budaya seperti makanan, *fashion*, dan musik. Amerikanisasi ini berkaitan dengan globalisasi.

Lebih jauh lagi, Barker mengatakan globalisasi menunjukkan pada kita peningkatan hubungan politik, budaya, sosial dan ekonomi yang kompleks dan yang melintasi batas dunia dan kesadaran kita. Pemaknaan globalisasi sebagian mengacu pada kegiatan ekonomi skala internasional yang menciptakan ekonomi dunia yang saling berhubungan. Globalisasi juga berhubungan dengan masalah pemaknaan budaya. Kita semakin terikat ke dalam jaringan dunia tanpa perlu kita hadir di sana. Kita bukan lagi menjadi bagian dari suatu negara, tapi lebih merupakan merupakan bagian proses budaya global. Sehingga keadaan sebagai bagian dari globalisasi menjadi hal yang biasa dalam kehidupan sehari-hari. Lebih-lebih dengan kehadiran televisi, radio, supermarket dan pusat-pusat perbelanjaan, budaya negara lain yang beraneka ragam dari tampaknya jauh dari jangkauan kita menjadi mudah untuk menjadi bagian hidup kita (Barker, 2009:76).

Kondisi ini semakin membesar dengan adanya dorongan dari media massa. Media massa yang dikembangkan sebagai pengganti komunikasi oral pada masa awal budaya manusia difungsikan sebagai sarana untuk menyatakan opini publik, agenda politik, penghubung antara pemerintah dan masyarakat, pengawas pemerintahan dan sarana sosialisasi. Dalam perkembangannya, media massa memiliki kekuatan untuk dapat menjadi *trendsetter* kehidupan, kiblat gaya hidup yang di dalamnya juga meliputi konsumsi budaya luar. Pada akhirnya globalisasi bukan hanya penyebaran produk kebudayaan Amerika dan homogenisasi citra global, namun juga upaya menjadikan kebudayaan Amerika sebagai standar gaya hidup dunia dan menjadikan dunia seragam.

Amerikanisasi yang terjadi dalam kompetisi basket DBL pertama adalah olahraga yang dipilih yaitu basket. Selain itu format yang digunakan dalam kompetisi ini meniru format yang digunakan dalam kompetisi basket nasional Amerika yaitu NBA (*National Basketball*

Association). NBA adalah kompetisi basket yang paling terkenal di dunia. Sebagai kompetisi basket terbesar di dunia, tentu kompetisi ini akan menjadi model bagi kompetisi yang lain termasuk model bagi DBL.

Amerikanisasi dalam pemberitaan kompetisi basket DBL juga tampak dalam hal bahasa. Bahasa Inggris diselipkan dalam pemberitaan kompetisi basket DBL. memang bahasa Inggris berasal dari negara Inggris tetapi karena dominasi Amerika yang lebih besar dalam hubungan internasional membuat orang juga beranggapan bahwa bahasa Inggris adalah Amerika.

Selain itu, dalam pemberitaan DBL juga digunakan istilah-istilah yang merupakan hasil budaya Amerika. Istilah-istilah itu diantaranya *fantastic four* dan *mother monster*. Amerikanisasi juga terjadi pada tari-tarian yang ditampilkan di kompetisi basket DBL. Tari-tarian tersebut adalah tari modern atau yang lebih dikenal dengan istilah *dance*. Dengan menampilkan *dance* yang memiliki konsep luar tersebut, tampak bahwa kompetisi ini lebih mengutamakan hal-hal yang lebih berbau Amerika. Memang ada tarian tradisional yang merupakan tari khas Indonesia yang ditampilkan dalam kompetisi ini, tetapi tampaknya penampilan tarian ini hanyalah sekedar selingan, bukanlah jenis tarian yang diutamakan.

Selain jenis tariannya, tema dan koreografi yang digunakan juga sebagian besar tema dan koreografi yang berbau budaya Amerika. Amerikanisasi yang lain adalah kesempatan untuk penonton dan peserta Honda DBL 2013 untuk pergi ke Amerika Serikat bersama-sama dengan tim DBL Indonesia all-Star 2013. Hal ini terjadi karena keberhasilan Amerika dalam mengembangkan industri budayanya. Industri budaya Amerika yang telah berkembang pesat sebelumnya berhasil membuat Amerika mendominasi industri budaya dunia. Budaya Amerika yang telah mendunia ini membuat orang-orang ingin tahu lebih jauh tentang Amerika serta meniru budaya tersebut.

3. Praktik sosial

Konteks sosial ini lebih melihat pada konteks makro seperti sistem politik, ekonomi atau budaya masyarakat secara keseluruhan. Terdapat tiga tingkatan dalam analisis ini, yaitu tingkatan situasional, institusional, dan sosial.

Pada tingkat situasional, *Jawa Pos* menyadari bahwa eksistensi suatu surat kabar tergantung pada seberapa banyak pembaca yang *mengonsumsi* surat kabar tersebut. Keberadaan pembaca merupakan faktor utama yang harus dijaga oleh suatu surat kabar. Karena itu, *Jawa Pos* memahami bahwa pihaknya tidak dapat mengandalkan pembaca yang ada. Pembaca yang ada akan menjadi semakin tua dan pada akhirnya akan berkurang. Karenanya, harus ditumbuhkan pembaca baru yang berpotensi menjadi konsumen surat kabar tersebut untuk jangka waktu yang lama.

Analisis pada level institusional menunjukkan bahwa di tengah pesatnya pertumbuhan media elektronik serta persaingan yang terjadi antara media cetak itu sendiri, surat kabar *Jawa Pos* tetap menunjukkan *trend* pertumbuhan yang positif. Hal pertama yang bisa didapatkan oleh *Jawa Pos* melalui Deteksinya adalah kenaikan oplah. Ada keterikatan emosi yang kuat saat melihat dan membaca tentang apa yang pembaca kenal di media mendorong mereka untuk membeli media tersebut, dalam hal ini surat kabar *Jawa Pos*. Pembelian yang mereka lakukan tentu menambah oplah *Jawa Pos* selain dari pelanggan reguler yang telah dipunyai sebelumnya. Peningkatan oplah mendorong peningkatan profit surat kabar *Jawa Pos*. Dengan oplah yang hanya berkisar pada angka ribuan saja pada tahun 1970-an dan 1980-an³ kini surat kabar *Jawa Pos* telah mampu menggandakan oplahnya hampir 70 kalinya menjadi lebih dari 400 ribu eksemplar per harinya.

Profit yang lain adalah keuntungan yang di dapat oleh *Jawa Pos* dengan menjadikan audience

as commodity. Dikatakan oleh Grossberg (2006) *commodity is an object produced in order to be sold for a profit*. Dalam kompetisi DBL ini, anak muda adalah komoditi yang dijual oleh *Jawa Pos* kepada korporasi. Sebagai bisnis, korporasi membutuhkan pasar untuk produk-produk yang dihasilkannya. Melihat besarnya partisipasi anak muda dalam kompetisi DBL ini, korporasi bersedia mengeluarkan dana bagi *Jawa Pos* agar mereka memiliki kesempatan untuk lebih mengenalkan produknya ke kalangan anak muda.

Analisis pada tingkat sosial menunjukkan bahwa keberhasilan *Jawa Pos* dalam mengembangkan DBL bukan hanya dikarenakan kesuksesan *Jawa Pos* dalam mengelola kompetisi yang ada dengan berbagai cara yang dilakukannya tetapi juga dikarenakan faktor sosial dan budaya bangsa Indonesia sendiri. Sebagai negara bekas koloni, tidak serta merta membuat Indonesia terlepas dari segala pengaruh negara penjajah (Barat). Ketidaksetaraan kekuasaan antara penjajah dan yang terjajah membentuk interaksi kebudayaan yang ada. Penjajah memandang yang terjajah dengan sikap mendominasi, sebaliknya yang terjajah memandang dengan sikap inferior. Seperti yang dijelaskan oleh Edward Said *the relationship between Occident and Orient is a relationship of power, of domination, of varying degree of complex hegemony..* (1978:10). Meskipun masa kolonial sudah berakhir, tetapi akibat yang ditimbulkan terutama pada aspek sosial budaya terus melekat.

D. Simpulan

Jawa Pos melalui Deteksinya menyadari bahwa anak muda adalah komoditas yang menarik dan mampu mendatangkan keuntungan ekonomi yang besar. Untuk itu *Jawa Pos* harus memiliki suatu saluran untuk mengolah komoditas yang potensial ini. Saluran yang diciptakan adalah

3 http://id.wikipedia.org/wiki/Grup_Jawa_Pos.

Deteksi yang salah satu kegiatannya adalah *Development Basketball League* (DBL). Secara kontinyu *Jawa Pos* mengadakan kompetisi ini agar komoditas ini tetap terawat dan menjadi semakin besar.

Pengelolaan anak muda ini bukanlah hal yang mudah. Tindakan dominasi dan represi tidak mungkin dilakukan, apalagi anak muda sangat lekat dengan label pemberontakan. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan itu, *Jawa Pos* melakukan proses hegemoni terhadap anak muda. Media secara halus memperkenalkan, membentuk dan menanamkan nilai tertentu kepada anak muda. Dalam hal ini media membangun dukungan masyarakat dengan cara memengaruhi dan membentuk alam pikiran mereka dengan menciptakan sebuah pembentukan dominasi melalui penciptaan sebuah ideologi yang dominan. Wacana modern dan amerikanisasi yang diusung membuat *Jawa Pos* berhasil menjadikan DBL ini sebagai industri yang menguntungkan bisnis *Jawa Pos*.

Selain itu, peristiwa-peristiwa yang ada dalam DBL selalu terus ditampilkan dalam halaman Deteksi, baik itu peristiwa-peristiwa yang utama tentang peserta dan pertandingannya atau hal-hal unik yang terjadi selama kompetisi berlangsung. Dilihat secara literal, teks-teks liputan DBL dalam Deteksi menampilkan sejumlah nilai-nilai positif pada anak muda, diantaranya adalah optimis, mau kerja keras, disiplin, kerjasama, percaya diri, profesional, kompak dalam tim, dan sportif. Hal ini sebenarnya merupakan strategi yang dilakukan oleh *Jawa Pos* agar khalayak, terutama mereka yang terlibat dalam DBL beserta orang-orang terdekatnya (keluarga, kerabat, pihak sekolah) memberikan dukungan yang besar sehingga usaha *Jawa Pos* melakukan komodifikasi terhadap anak muda dapat berjalan dengan baik.

Komodifikasi anak muda dalam kompetisi DBL ini meningkatkan citra dan oplah *Jawa Pos*. Keuntungan yang didapat oleh *Jawa Pos* tidak hanya berasal dari penjualan surat kabar

yang semakin meningkat itu sendiri, tetapi juga dari keberhasilan *Jawa Pos* membuat *audience as the market*. Praktik komodifikasi yang dilakukan oleh *Jawa Pos* ini telah berhasil menarik audiens dalam jumlah besar. Hal ini semakin mengokohkan posisi khalayak sebagai objek yang dieksploitasi oleh media maupun sebagai produk yang dijual kepada pemasang iklan. Hal lain yang timbul dari praktik komodifikasi ini adalah adanya ketergantungan media. Perkembangan media komunikasi yang dibentuk dan dikembangkan manusia dalam hal ini media massa menyebabkan perubahan budaya yang membentuk kehidupan manusia sehingga eksistensi manusia bergantung pada media massa itu.

Daftar Pustaka

- Assegaf, Dja'far H. 1991. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Barker, Chris. 2009. *Cultural Studies, Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Eriyanto. 2009. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Grossberg, Lawrence (et al.). 2006. *Media Making*. California: Sage Publication Inc.
- http://id.wikipedia.org/wiki/Grup_Jawa_Pos. Diakses 3 Juli 2014.
- <http://search.yahoo.com/search?p=iklan+le+novo+kobe+bryant&ei=UTF>. Diakses tanggal 12 Juli 2013.
- <http://www.dblindonesia.com>. Diakses terakhir tanggal 12 Oktober 2014.
- <http://www.dcradio.undip.ac.id/2011/04/26/dahlan-iskan-dan-azrul-ananda-keteladanan-yang-mengalir-sampai-jauh>. Diakses pada 10 Januari 2013.
- Jawa Pos*. Jumat, 5 April 2013. Hlm. 36.
- Jawa Pos*. Senin, 29 April 2013. Hlm. 32.
- Jawa Pos*. Senin, 6 Mei 2013. Hlm. 36.
- Jawa Pos*. Kamis, 9 Mei 2013. Hlm. 32.

- Jawa Pos*. Jumat, 10 Mei 2013. Hlm. 36.
- Jawa Pos*. Minggu, 12 Mei 2013. Hlm. 28.
- Jawa Pos*. Selasa, 14 Mei 2013. Hlm. 36.
- Jawa Pos*. Sabtu, 18 Mei 2013. Hlm. 24.
- Jawa Pos*. Senin, 20 Mei 2013. Hlm. 36.
- Jawa Pos*. Jumat, 7 Juni 2013. Hlm. 36.
- Jorgensen, Marianne W dan Louise J. Philips. 2010. *Analisis Wacana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication
- O'Connor, J. 2007. *The Cultural and Creative Industries: a Review of the Literature*. England: Arts Council England.
- Patria, Nezar dan Andi Arief. 2003. *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra: Dari Strukturalisme hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Said, W. Edward. 1978. *Orientalism*. London: Routledge.
- Schecher, Danny. 2007. *Matinya Media*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Smythe, Dallas. 1977. "Communication: Blind-spot of Western Marxism." *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Volume 1, No. 3.